Jeanne Bordeau

La veille média et la revue de presse

© Groupe Eyrolles, 2008
ISBN : 978-2-212-54073-4

EYROLLES

Éditions d'Organisation

Sommaire

Préface VII

Pourquoi faire une revue de presse ? 1

La revue de presse, qu'est-ce que c'est ? 1

La croissance du nombre des médias 3

Ce que la revue de presse apporte... 4

Classement des journaux et périodiques de la presse grand public de l'hebdomadaire *CB News*, sur la base des chiffres de diffusion 2006 . . . 4

Un exemple de répartition par catégories de presse . . 9

La revue de presse, comment ça marche ? 13

L'art subtil de structurer la revue de presse . . 13

La revue de presse de l'entreprise amiénoise Plastix du 29 janvier 2007 14

Et Internet, dans tout ça ? 15

Un exemple de prise en charge d'une crise sur un site Internet 16

Un impératif : rester branché 17

Une revue de presse n'est jamais figée 19

La revue de presse : du journaliste au lecteur . 21

La connaissance des journalistes 21

La connaissance des médias 23

La connaissance des lecteurs 27

À quoi sert la revue de presse ? 29

Auprès du patron, le conseil 29

© Groupe Eyrolles

Concrètement, une revue de presse... 30
Deux exemples de revue de presse selon le secteur auquel appartient l'entreprise 31
Auprès du journaliste, la pertinence 34

Tribune libre : témoignages d'experts 35
Dominique Damon, dirigeante de Morgan 35
Catherine Kergomard, directrice de la communication du groupe Legris Industries 37

La pige presse : mode d'emploi 39
La pige, c'est quoi ? 39
Comment ça marche ? 40
Plus de services 42

Diffusion rime avec droits de reproduction 45
Comment faire circuler la revue de presse . . . 45
Témoignage de Caroline de Jessey, directrice de la communication d'une grande institution 47
L'épineuse question du droit de copie par maître Jean-Michel Leprêtre, avocat associé chez Orrick Rambaud Martel 48
Rappel de la jurisprudence en matière de droit d'auteur pour les revues de presse 54

Quand un journaliste fait sa revue de presse... 55
Interview de Philippe Perrier, journaliste à Radio Classique 55

Les règles d'or pour réaliser une revue de presse 61

© Groupe Eyrolles